

Close up 1 >> あなたが美しくなると、地球も美しくなる —

雪肌精 SAVE the BLUE® プロジェクト

沖縄の海の底に広がるサンゴ礁。そこは世界でも有数の、多様な生物の命を育む海の楽園です。しかしそのサンゴは今、地球温暖化などによって絶滅の危機に瀕しています。コーセーは、サンゴと美しい青い海を救うため、「雪肌精 SAVE the BLUE®プロジェクト」を2009年に立ち上げました。和漢植物という自然の恵みを受けてきたロングセラーの「雪肌精」。感謝を込めて、夏のキャンペーン期間(7~8月)の売上の一部を、沖縄の海のサンゴ育成活動に寄付しています。

The History of

SAVE the BLUE® Project

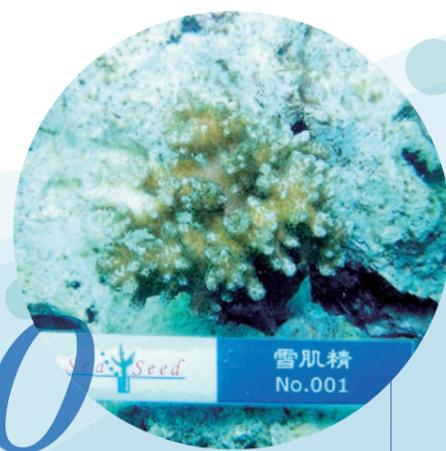
サンゴ礁保全活動のプロセス

プロジェクトをスタート

雪肌精の化粧水1本をお買い上げごとに、その底面積分のサンゴを植え付ける費用を、沖縄の有限会社 海の種へ寄付する活動をスタート。お客さまや販売店さまのご協力を得て、7~8月の活動期間の後、沖縄の海の5,158,912cm²にサンゴが植え付けられました。まだ5cmほどの小さなサンゴをカゴでしっかりと覆い、外敵から守ります。



'10



対象商品として、乳液を加えた2年目のキャンペーン。6,789,944cm²のサンゴの森を広げることができました。1年前に植えたサンゴは、すくすくと17cmほどに成長していました。

1年目の1.3倍の植付け



2012年に対象アイテムをさらに拡大し、限定パッケージ(右)の雪肌精も発売しました

'11



6月、2年前の2009年に移植したサンゴがついに産卵。無数の卵は海流に乗って広がり、新たな“サンゴの森”をつくっていきます。3年目は、海外5ヵ国もキャンペーンに参加し、7,819,100cm²もの“サンゴの森”が広がりました。なお、3月に東日本大震災が発生したため、サンゴの育成活動に加えて、被災地の子どもたちと海の整備のために義援金を贈りました。

無事に産卵に成功

プロジェクトのグローバル展開

4年目のキャンペーンでは、さらに対象アイテムを増加。また、web上ではメッセージ100ごとに、1株のサンゴを移植する活動も実施し、結果として7,810,856cm²のサンゴの森が広がりました。また、SAVE the BLUE®プロジェクトを6の国と地域(新たに中国、香港も参加)に広げ展開。今年度は、各国がそれぞれ独自の自然保護の取り組みをスタートしました。

> <http://www.sekkisei.com/jp/savetheblue/>



'12



海外での「SAVE the BLUE®」のスタートにあたって

有限会社 海の種 代表 金城 浩二様

世界でも有数の美しい沖縄のサンゴ礁は、地球温暖化による海水温の急上昇などで、30年前に比べて9割が死滅してしまったといわれています。沖縄に育って、故郷の自然が本当に大好きな僕は、なんとか元の海を取り戻したくて、サンゴを人の手で海の底に移植し増やす活動に十数年前からチャレンジしてきました。

SAVE the BLUE®で植えたサンゴは順調に育って産卵し、魚も住み着き始めました。初めは小さな活動だったこのサンゴの植え付け

VOICE

は、今、関わった人が十万人を超えました。大勢の人がこの活動を知り、参加できる仕組みをSAVE the BLUE®で作っていただいていることは、僕ら活動する者にとって本当に大きな力です。

僕はSAVE the BLUE®がもっと大きな活動になって、この途方もないとも思えることが本当に実現できる日が、いつか来ると信じています。僕の子どもの代、孫の代にも自慢ができる大きなサンゴ礁の海が残せると。だから僕はこれからもずっとこの活動を続けていきます。

この沖縄で、小さい奇跡が起きました。僕らのように、世界にも、自分の国の自然が心配で仕方がない人がたぶんとたくさんいる。僕は、本当にいろんな地域でこの活動が広がってくれたらと思います。ぜひ皆さん、これからもSAVE the BLUE®をよろしく願います。

Close up 1 >>> あなたが美しくなると、地球も美しくなる—

KOSÉ Global SAVE the BLUE® campaign

グローバルに取り組む 自然保護活動

国境を越え、アジアでも愛されている「雪肌精」。故郷の自然を愛する気持ちにも、国境はありません。2012年6月から7月、海外の6の国と地域で、グローバル版のKOSÉ SAVE the BLUE®キャンペーンが行われました。

いずれも雪肌精キャンペーンボトルの売上の一部で、ASEAN各国では現地のサンゴ保全の取り組みを、またその他の国でも、それぞれの自然保護の取り組みを支援しています。

Singapore

シンガポール 
政府組織であるNational Parks Boardにおけるサンゴ保全の第一人者であるDr. James Guest氏への支援。

Thailand

タイ 
海洋保全と回復のための政府機関 Dep. of Marine & Coastal Resourcesを支援。水質調査、サンゴの養育調査、サンゴの養殖・増殖活動など、幅広い海洋保全活動を実施。

Malaysia

マレーシア 
1996年にアメリカで創設された世界最大のサンゴ保全NGO組織Reef Check。2007年にReef Check Malaysiaが創設され、以来、海洋調査やサンゴの養殖活動を積極的に展開。同組織に寄付を行い活動を支援。

China

中国 
雪肌精キャンペーンボトルの売上の一部をNPO-GreenLife (緑色生命、2003年設立) に寄付。内モンゴルの砂漠の緑化のために、苗木を購入し植樹する活動を支援。お客さまのなかから抽選で植樹体験も実施。

Hong Kong

香港 
5月中旬よりスタート。海洋保全活動などに取り組む環境保全団体WWF (World Wide Fund for Nature) Hong Kong に寄付。

Taiwan

台湾 
Kenting National Park Headquarters (墾丁国家公园管理处[国定公園]) に海の清掃などの活動支援。また、National Museum of Marine Biology & Aquarium には、サンゴの増殖を支援。



ASEAN3ヵ国(シンガポール、タイ、マレーシア)発の初めての取り組み

KOSÉ SINGAPORE PTE.Ltd
MANAGING DIRECTOR 佐々木 秀世

2012年2月、プロジェクトのスタートにあたり、各国メディアとコーセースタッフで沖縄“海の種”を訪問したことで大いに機運が高まりました。

お客さまへのアプローチは、店頭演出とキャンペーン限定仕様のSAVE the BLUE® 雪肌精をきっかけにサンゴ保全活動などをご紹介することで共感を得て、新規のお客さまからも相当のご支持をいただきました。

このような活動は、“継続こそ力なり”。地道に続けて、“コーセーと雪肌精とサンゴ保全”の「記号化」を目指し、今後はASEANエリアの他国へも、さらなる創意工夫で発展させていきたいと思っています。

> webの特集コンテンツもご覧ください。

Close up 2 >>> 東京ドーム約3個分の緑化へ—

COSME DECORTE

砂漠をうるおすプロジェクト

『コスメデコルテ』を代表するロングセラーの化粧液“モイストチュアリポソーム”。2011年の2ヵ月間、1品購入で1m²の緑化を行う「砂漠をうるおすプロジェクト」キャンペーンを初めて実施。今後も長期的に支援していきます。



コスメデコルテ 化粧液
(モイストチュアリポソーム)



NPO法人 緑化ネットワーク 事務局長 北浦喜夫氏(右)とセレクトティブブランド事業部長 長浜清人(3月13日、コーセー本社にて)

中国では急速な経済成長の影で、人為的な自然破壊により砂漠化が進んでいます。その影響は日本へも広がり、春には大量の砂塵が黄砂として飛来するなど、社会問題へと発展しています。中国内モンゴル自治区ホルチン砂漠は最も日本に近い砂漠地帯ということもあり、緑化への取り組みが活発に行われています。

『コスメデコルテ』では、主力商品「化粧液」(モイストチュアリポソーム)で2011年11月~12月の2ヵ月間「砂漠をうるおすプロジェクト」キャンペーンを実施しました。これは対象商品の「うるおいを与える」効果にちなみ、1品お買い上げごとに砂漠1m²の緑化を支援するという取り組みです。その結果、143,220m²(東京ドーム約3個分相当)の砂漠緑化

費用を特定非営利活動法人 緑化ネットワーク(神奈川県横浜市)へ贈呈しました。「砂漠をうるおすプロジェクト」では、地域住民の方々への啓蒙活動や、永続的に森を管理、維持していくことが重要と考え、同法人とともに、今後も長期的に取り組んでいきます。

2011年度は、砂漠緑化と同額を、東日本大震災の緑化復興支援として公益社団法人 国土緑化推進機構 緑の募金(東京都千代田区)にも寄付しました。

NPO法人緑化ネットワークの概略

緑化ネットワークは、主に中国の砂漠化した場所の緑化を目的として2000年に設立し、同年3月より通達市政府との共同事業を開始。2004年からは、日本の荒廃している森林の問題にも取り組むため国内の森林整備など、活動の場を広げている。

> <http://www.green-network.org/gn/>



循環型農業を目指して、 長期的にさまざまな面で支援

セレクトティブブランド事業部 山田 育宏

2012年7月に植林を行ってきました。今回初めて現地に入り植林から5年後、10年後の森も見学してきましたが、植えることよりも、実際その後の管理の方が大切だということを実感しました。

現地の人たちは広大な土地で、放牧によって生計を立てているので、新芽が出る頃にはまた放牧して食べ尽くしてしまう。荒れた土地でもきちんと手を入れて管理していけばやがて森になり、成長した木

は売って収入になるということを現地の人たちに教えることも重要で、循環型農業が根づくまでの教育と経済的支援を含め、私たちは長期的スパンで支援していかなければいけないと強く思いました。



今年は東京ドーム
約3個分の面積を植林

VOICE

> webの特集コンテンツもご覧ください。